Jak být vidět na internetu a neprodělat přitom gatě!



Autor: Ilja Hynek, P-I-R-@-T™
První internetový reklamní agent™



Motto: Kdo není na internetu, jako by neexistoval…

Obsah

Originální ilustrace dodal **Lukáš Fibrich** (strana 15,19,23,25,28)

Jsem členem sdružení SEO profesionálů.







O autorovi / O knize

P-I-R-@-T ™, První internetový reklamní @gent ™, specializující se na Inbound marketing a poctivé SEO postupy, optimalizace pro lidi, to jsem já.

Autorem těchto informací či doporučení z internetové praxe jsem já osobně. **Internetový reklamní agent** s desetiletou zkušeností propagace velkých firemních a soukromých webů na českém iternetu.

První a jediný ***internetový reklamní agent*** na českém internetu, který se ke své profesi přihlásil a jako takový se prezentuje.

Zkušenosti zde posbírané a prezentované **jsou** mnou **osobně vyzkoušené** a **ověřené**. Co si sám neověřím, tomu moc nevěřím. Pracoval jsem, různou formou, pro několik různých firem, menších, i těch největších, které na českém internetu udávaly směr vývoje vyhledávání, propagace firem a jejich produktů a jejichž služby téměř všichni používáte nebo budete používat.

Kdo je zvědavý, jistě si informace na internetu najde. Internet je o informacích.

Služby, servery a internetové nástroje zde zmíněné využívám nejen na svých webech, ale i na webech svých klientů. Pokud zde najdete něco, čemu se budete zdráhat uvěřit, napište mi. Rád vysvětlím proč, jak a co používat. Nebo to vyzkoušejte. Poradím Vám také při propagaci Vaší firmy na internetu.

Většinou se jedná o služby amerických nebo jiných webů, než českých, ale od toho přeci **internet** je… Neomezený, rychlý a **s možnostmi, o jakých možná ani nevíte**. Ono není vše jen na českém internetu, a ne každá služba se musí draze platit.

Jde o to, jak a k čemu ji využijete. **Zde uvedené příklady a návody slouží k tomu, aby člověk nebo firma začínající podnikat na internetu, měli možnost volby.** Ihned placené a někdy i relativně drahé služby, nebo variantu téměř zadarmo na cokoli? To je na každém z Vás.

Moje činnost:

- reklamniagent.cz – o reklamě a propagaci, prodej VT, služby v IT
- seoseo.cz – optimalizace webů pro lepší dohledání
- super-reklama.cz – reklama, která má zásah a smysl, několik typů reklamy
- registr-solarnich-elektraren.cz – ochrana FVE pomocí registrace solárních panelů

A ještě pár dalších webů, které poznáte v některém z dalších vydání mých E-knih. Najdete tam rady, tipy a možnosti, jak šetřit, získat něco zadarmo nebo vydělat balík peněz. Platit Vám budou tyto firmy: Microsoft, SKYPE, ICQ, různé e-shopy aj.

Internet*, to není jenom Seznam.cz a Google.cz… Internet je* ***celosvětová síť spojující téměř všechny státy světa.*** *Využívejte jej naplno. Služba, která není v ČR dostupná, nebo je drahá, může být v jiném státě zadarmo. A zadarmo, na internetu, neznamená vždy špatnou službu.* ***Pojďte se přesvědčit se mnou.***

Dále uváděné informace a služby jsou platné k dubnu 2013, mohou se vyvíjet, měnit, zanikat, vznikat nové.

Sociální sítě nyní vládnou světu, jsem tam. Pomáhá to i SEO.



A některé další sociální sítě a záložkovací služby. Více v kapitole Sociální sítě.



Terminologie: s čím se můžete při tvorbě vlastního webu setkat.

Aneb, o čem můžou obchodníci mluvit a co Vám nabízet. Buďte v obraze!

Doména

Doménou se rozumí ***webová adresa*** ve tvaru *www.neco.cz* . Domény jsou první úrovně, to je ta koncovka „.cz“, druhé úrovně „ neco.cz“ a třetí úrovně“ nakupy.neco.cz“ nebo „prodeje.neco.cz“.

Pro **plné využití všech služeb** zde uvedených Vás budu informovat o doménách druhé úrovně. Zadarmo nebo za peníze. Pokračování…

Hosting / webhosting

Webhosting je pronájem prostoru pro webové stránky na cizím serveru. Pronajímatel takového serveru bývá označován jako poskytovatel webhostingu (poskytovatel webového prostoru). **Kdo chce mít vlastní webové stránky, potřebuje webhosting.** Zadarmo nebo za peníze. Hosting zadarmo…

E-mail

Je elektronická pošta. **Bez své vlastní e-mailové adresy se na internetu neobejdete**. Než začnete shánět doménu a webhosting, je třeba mít vlastní e-mail. Doporučuji mít nejméně dvě e-mailové adresy, nejlépe na různých serverech. Například moje firemní e-mailová adresa je ilja@reklamniagent.cz. Obchodní – objednavky@reklamniagent.cz.

Firemní e-mail s názvem Vaší domény souvisí s hostingem. Nemusí tomu tak být ale vždy. Můžete mít hosting na jiném serveru než e-mailovou službu a přesto mít profesionální e-mail E-mail zadarmo…

E-mail marketing

Je to **cílené rozesílání komerčních i nekomerčních zpráv** uživatelům, kteří si však tuto formu komunikace objednali, přihlásili se na stránkách nebo k ní dali svolení osobně nebo jiným způsobem.

E-mail marketing je nejrychlejší možnost oslovení velké skupiny svých potencionálních zákazníků. Ale pozor na SPAM!! E-mail marketing vlastními silami…

Redakční systémy

Nebo také systém pro správu obsahu (**CMS** z anglického *content management system*), redakční systém nebo publikační systém. Slouží pro správu webového obsahu, dokumentů, nastavení webových služeb. Většinou jde o program, pokud se jedná o správu na vlastním PC, nebo webové aplikace pro online správu. Ale i webové aplikace můžete provozovat na vlastním počítači, pokud si nainstalujete například server XAMPP.

Osobně doporučuji OPEN SOURCE CMS, protože si je **můžete upravit podle svého** použití. A protože jsou zadarmo!! Více o redakčních systémech.

Formuláře

Využijete pro své kontakty se zákazníkem. Pro dotazy „líných návštěvníků" Vašeho webu. Pro dotazníky, e-mail marketing, pro sběr dat, testy, soutěže. Můžete mít **profesionální formuláře za peníze, nebo zadarmo**. Já využívám formuláře zadarmo, přeložené do češtiny. Mají téměř neomezené možnosti. Chcete vědět víc?

Statistiky

Díky nim zjistíte, **kdo na Vaše stránky chodí**. Tedy **na která klíčová slova, z jakých serverů**, zda z vyhledávání nebo placené reklamy. Nejpoužívanější je **Google analytics**, ale najdou se i další, jako třeba **PIWIK**. Existuje více dalších statistik, placených i zadarmo. Jde jen o způsob využití dat a o to, co je pro Vás důležité. Chcete vědět víc o statistikách? Pokračujte zde.

Banner

Typicky jde o formu reklamního sdělení ve formě obrázku. Ten může být jen jako JPG nebo animovaný flash. Na téměř všech webech najdete dnes nějaký ten banner. Bannery můžete využít i pro svou propagaci.

B2B, B2C

Zkratka **B2B** pochází z anglického termínu **Business to Business** (obchodník → obchodník). Jde tedy o vztah a obchodní vzájemná komunikace mezi dvěma společnostmi.

Zkratka **B2C** pochází z anglického termínu **Business to Customer** (obchodník → zákazník). Tady jde především o přímý prodej koncovým zákazníkům nebo podporu zákazníka – služby. Více o B2B, B2C a dalších Bxx… I mé služby jsou B2C.

Off-page faktory

To jsou faktory, texty, odkazy, které jako uživatel ovlivníte jen nepatrně, závisí na ostatních webech. V podstatě jsou to odkazy směřující na Váš web z jiných webů.

Mají větší váhu než on-page faktory. Také hodnocení webu Page rank a Srank patří mezi Off page faktory. Čím větší „číslo" tím lépe. Off page faktory.

On-page faktory

On page faktory jsou všechny texty nebo kódování, popisky a obsah webu, tedy **to, co můžete ovlivnit při tvorbě www stránek.** Jde o SEO postupy, které jsou základním stavebním kamenem tvorby webu.

Bohužel, i dnes se najdou SEO firmy, organizace či jednotlivci nebo agentury, které nedbají na správné a kvalitní On page faktory.

PAGE rank, S-rank

Page rank: hodnotící číslo od 0-10 od vyhledávače Google. Čím vyšší číslo je, tím je web „kvalitnější" v „očích" Google. Závisí na spoustě okolností, hlavně kvalitních odkazech směřujících na Váš web.

S Rank: hodnotící číslo od Seznamu. Je to hodnota, číslo od 0 do 10, jde o „popularitu/kvalitu webu – obsahu", kterou přiděluje algoritmus pro ohodnocení webových stránek od Seznamu a tato hodnota má vliv na pořadí ve výsledcích vyhledávání ve fulltextu. Obdoba Page ranku, který tu byl dříve.

Hodnoty S-ranku a Page ranku pro web www.reklamniagent.cz jsou SR3 PR4. Hodnoty PAGE RANKu stále mají určitý vliv na pozici ve fulltextu. A hodnoty SRANKu zase mají vliv na pozice ve fulltextu SEZNAMu.

Open Source

Je to software s otevřeným zdrojovým kódem, který si můžete upravit ke svým potřebám a největší výhodou je, že ho používáte zadarmo a navíc legálně. Při dodržení určitých podmínek.

Proto tak rád používám Open Source redakční systémy, já osobně Wordpress, ale obdobný je Joomla a další redakční systémy.

SEO/OSP

Každý Vám řekne, že to je (search engine optimization) ***optimalizace pro vyhledávače***. To tu bylo dřív a je možná i nyní, ale je třeba se zaměřit na, jak říkám svým klientům já, **optimalizované vyhledávání pro lidi OSP** (optimizing search for people). Protože ***lidi zadávají výrazy do vyhledávačů*** a lidi a nikdo jiný čtou ty texty, které opět lidi, většinou, vytvořili. Ono roboti sice skenují stránky, ale SERP je pokaždý jiný.

A některé, i v dnešní době SEO upravené texty různých “profesionálů” či “agentur” jsou opravdu perly češtiny. Předělával jsem spousty takových textů. Chcete vědět víc o SEO, optimalizaci webů?

Copywriting

Je to tvůrčí činnost, při které se vytvářejí čtivé a poutavé texty, které prodávají produkty a služby klientů. Dále se dělí na WEB copywriting a SEO copywriting podle požadavků klienta. Člověk, který takové texty píše, se nazývá copywriter. Více o copywritingu…

Marketing

Cílem marketingu **je zajistit odbyt výrobků nebo služeb ve chvíli, kdy to zákazníci požadují**. Marketéři (lidé, kteří se věnují marketingu), mají za cíl zajistit, aby se výrobek nebo služba objevil na trhu ve vhodnou chvíli a za přijatelnou konkurence schopnou cenu. Kvalitním marketingem se směřuje ke zvýšení prodeje čehokoli. Další info k marketingu.

Internetový marketing

Je relativně **mladá forma marketingu**, avšak s velkým zásahem internetové populace. Setkávají se s ní všichni uživatelé internetu. Lze se setkat s pojmy online reklama nebo internetová reklama.

Základním marketingovým nástrojem jsou firemní www stránky a jejich reklama a následná propagace pomocí různých nástrojů na internetu.

Outbound marketing

Je to v podstatě nátlaková metoda **reklamy** a reklamní formáty, které vidíte **dnes a denně kolem sebe**. Televizní reklama, reklama v novinách, rozhlasová nebo internetová reklama. Tato **reklama upoutává pozornost** potencionálního klienta **placenou reklamou**. Pro klienta je finančně náročnější než opačný typ **Inbound marketingu**.

Inbound marketing

V podstatě nabídnete zákazníkovi na internetu to, co hledá, a on si Vás sám najde. Typický ***příklad fulltextového dohledání na klíčová slova***.

Spokojení zákazníci pak dále mohou šířit zpětné odkazy na Vaše stránky.

Příkladem z mé strany ***budiž dohledání*** mých ***dvou webů*** *„reklamniagent.cz“* a *„super-reklama.cz“* ***na prvních místech v Seznamu nebo Google na sousloví*** „**propagace firem**“ „**propagace firmy**“ nebo „**firemní propagace**“!

Více o této formě marketingu, reklamních strategiích a nástrojích se **dočtete v textu o „Inbound marketingu“.**

ORM (online reputation management)

Česky ochrana reputace nebo taky vylepšování pověsti na internetu, ale já používám raději **„ochrana dobrého jména na internetu“**. Blogy, elektronické magazíny, soukromé blogy, veřejné diskuse. Zde všude Vám může konkurence škodit a tedy je dobré, pokud jsou, tyto **negativní informace eliminovat nebo potlačovat pozitivními.** Tím vším se zabývá **ORM**.

Mikrostránky (microsites)

Jedná se většinou o **stránky** s menším počtem jednotlivých stránek **pro podporu určitého produktu nebo služby**. Odkazy z mikrostránek vedou na hlavní web do příslušné sekce nebo e-shopu na stranu s produktem. Jeden web může mít klidně několik desítek mikrostránek.

Long tail (dlouhý ocas)

Jde o **víceslovná spojení**, která ve výsledku přivedou více cílených klientů do Vaší firmy, nebo na Váš web. Například „reklama“ je obecné a populární slovo, ale těžko se na něj optimalizuje.

Zato **„ internetová reklama zadarmo**“ nebo „**Reklama zadarmo na internetu**“, to jsou typické příklady **LongTail**.

Spojení více slov, klidně i do uvozovek, to pak vyhledávač hledá slova přesně tak, jak jste je zadali do vyhledávacího pole.

Sponzorované odkazy

Jde o **placenou formu reklamního sdělení**, krátký textový odkaz, který je formou aukce nebo za přesnou cenu v ceníku katalogů nebo vyhledávačů. Sponzorované odkazy jsou finančně nákladnou variantou propagace. Mezi sponzorované odkazy patří přednostní výpisy od Seznamu na firmy.cz. Také přednostní výpisy v katalogu Centrum nebo jakékoli jiné přednostní výpisy s možností být vidět výš.

Dejte si na www.centrum.cz vyhledat sousloví „propagace firem“. První čtyři odkazy jsou sponzorované, a pak je můj ☺ (reklamniagent.cz) což je výsledek Inbound marketingu.

UV, RU, PV

UV – unique visitor – **unikátní návštěvník**, většinou se za UV požaduje přístup z jednoho počítače. Nemusí to být jeden člověk. **RU** – real user – **reálný uživatel**, **PV** – page view – **počet shlédnutých stránek**.



Zpětné odkazy (backlink)

Jedna z nejdůležitějších forem **získávání pozic ve fulltextu**. Důležitá část SEO technik. Protože se téměř všechny moderní vyhledávače snaží poskytovat uživatelům ty nejlépe cílené výsledky, vychází se z toho, že to *co jiné weby doporučují, je kvalitní a tedy dobré.* Budování odkazů se nazývá **Linkbuilding**.

Čím více stránek obdobného zaměření na Vás odkazuje, tím výše se ve vyhledání na klíčová slova dostanete. Seo je věda. Zpětné odkazy jsou důležité.

Ale s rozumem, může se totiž stát, že Vás díky příliš velkému nárůstu zpětných odkazů penalizují, nebo dokonce zruší Vaše dohledání ve fulltextu.

Já to u jednoho svého klienta zažil. Totální blokace, nalezitelnost jen na jméno firmy, jinak nic. Nebylo to jen díky odkazům, těch věcí bylo víc. Pak si mě najali a od té doby jsou neustále na předních pozicích ve fulltextu, jak na Seznamu, tak na Google.

Nejvíce hodnocené jsou takové odkazy, které si zákazníci umístí na své stránky sami a směrují je na jednotlivé podstránky Vašeho webu na obsah, co je zaujal.

Tato metoda se nazývá **Linkbaiting**.

Facebook aplikace

Jsou to malé programy, hry, soutěžní kvízy na FB stránkách klienta. Vždy však jde o jedno, nenásilnou formou **facebook aplikace** nabídnout uživateli Vaše produkty nebo služby, které prodáváte, způsobem, který bude pro uživatele **Facebooku** zábavný nebo zajímavý. Můžou to být i soutěže s výhrou.

Imprese

Je to **zobrazení reklamy** na internetu. Můžete si zakoupit reklamu s počtem zobrazení třeba 500.000 impresí, ale nikdo Vám nezaručí proklik. Tady jde o onu textovou informaci, která by měla být pro potenciálního klienta aktuální nebo zajímavá nebo obrázek, který by měl návštěvníka zaujmout, aby kliknul.

PPC reklama - PPC reklamní systémy

Reklama, kde se platí za klik, ne na zobrazení. Pay Per Click. Určitě znáte SKLIK od Seznamu, Google Adwords od Google, nebo ETARGET na stránkách Centrumu/Najisto nebo na iDNESu. Další PPC systémy a jejich srovnání.

Konverzní poměr, konverze

Označuje se tím **procentuální úspěšnost,** - jde tedy o číslo nabývající hodnot 0-100 – že se z návštěvníka stránky stane zákazník. Ke sledování a výpočtům slouží webová analytika, například statistiky od Google nebo mnou zmiňovaný PIWIK.

V praxi se sleduje více typů konverzí, více různých cílů, které pak slouží k celkové optimalizaci stránek.

Kdo sleduje konverze a analyzuje statistiku svých stránek, má větší úspěchy, protože ví, co lidi hledají. Webová analytika je velice důležitou součástí SEO technik.

Míra prokliku (Click Through Rate, CTR)

Na internetu se CTR neboli míra prokliku používá v souvislosti s internetovou reklamou, kde vyjadřuje její efektivitu. Přibližnou, samozřejmě. Menší CTR mají bannerové kampaně, větší PPC proklikové kampaně a e-mailové kampaně. E-mail marketing.

Výpočet CTR je jednoduchý: *CTR (%) = počet prokliků / počet zobrazení (imprese)* 100*

ROI (Return On Investment – návratnost investic)

Označuje návratnost investic, na internetu do reklamních kampaní, PPC kampaní a dalších reklam. Uvádí se v procentech. Návratnost investic je běžnou a velice sledovanou veličinou. Zákazníci už ji sledují. ROI vyjadřuje čistý zisk nebo čistou ztrátu vůči počáteční investici a obvykle se udává v procentech. Originál na Wikipedii.

*ROI = ((čistý zisk – počáteční investice) / počáteční investice) * 100 [%]*





Doména

Internetová doména, to je v podstatě **Vaše adresa na internetu**, na které Vás Vaši zákazníci nebo fanoušci najdou. Čím lépe je zvolená, tím jednodušší to pak mají. Každý zná www.seznam.cz, přímo skvěle vybraná doména k typu služeb, které poskytuje: hledání firem. Seznam.

Pokud si někdo zařídí doménu s názvem třeba novaksro.cz a bude nabízet opravy hudebních nástrojů, nastupuje pak na řadu SEO, kdy je třeba tuto stránku nabídnout lidem, kteří hledají sousloví „opravy hudebních nástrojů". Toto je image doména.

Pokud ale Vaše doména zní například jako Vaše činnost, třeba plastova-okna.cz, máte ve fulltextu vyhráno. Tohle je správná volba při obchodní doméně. Správnou volbou jména máte z poloviny vyhráno v SEO metodách. Mé domény jsou voleny jako obchodní domény: seoseo.cz, reklamniagent.cz, super-reklama.cz, hned víte, o co jde.



Bez vlastní domény se v současné době už nikdo, kdo chce podnikat na internetu, neobejde. **Nejjistější je mít svou vlastní doménu** na IČO a o tu se starat. Poté si již můžete zaplatit hosting tam, kde jste si koupili doménu, nebo vybrat kdekoli jinde**, za peníze nebo zadarmo**. Dnes už obojí v profesionálním provedení a kvalitními službami. Vím, o čem mluvím. Sám používám obě varianty. Za peníze i zadarmo.

Mít doménu ve vlastní správě znamená možnost pracovat s doménou téměř ihned. Na internetu se všechny změny provádí do několika hodin, někdy do několika minut nebo okamžitě. Třeba prodej domény je otázkou potvrzení několika e-mailů a tedy i minut. Záleží na správci domény. Vybírejte proto jen **ověřené firmy**, které se této problematice – správě domén, věnují.

Registrátory domén i placených hostingů naleznete na stránkách **NIC. CZ** Pokud ještě doménu vybranou nemáte a hledáte nějaký vhodný název, nechte si ověřit, **zda je doména volná**. Mě osobně se osvědčila následující služba **domeny.cz.** Více různých tipů a možností k doménám i hostingům naleznete na mých stránkách ***pod otazníkem***.

Placená doména – vzor

www.reklamniagent.cz – moje obchodní doména, kterou si platím již delší dobu. Každá

taková doména, která je ve Vaší správě a je tedy Vaše, získává na hodnotě, pokud na ní je umístěn zajímavý text.

Domény se většinou platí na rok dopředu, ale dají se už i předplatit až na 10 a více let. Tím si zajistíte, že o doménu nepřijdete a bude jen a jen Vaše. Tedy si ji budete moci případně prodat.



Doména zadarmo

Vyzkoušejte www.seo-optimalizace.tk Skončíte na podstránce mého webu, ale doména je směrovaná od TK. Ostrovy Tokelau.

Chcete-li si vytvořit **doménu zadarmo**, klikněte na odkaz a zaregistrujte se pomocí Vašeho účtu na Google nebo Facebook. Získáte doménu s koncovkou TK patřící ostrovům Tokelau. Jediná doména zadarmo pro celý svět.

Chcete vědět, komu která doména patří?

Potom navštivte následující www adresy. Dozvíte se, pokud to majitel nezatajil nebo neuvedl falešné informace, kdo je majitelem domény, kde je vedený hosting, a kdo je zodpovědná osoba, telefony na ni a další informace.

NIC. CZ pro české domény

NIC. SK pro slovenské domény

EURID.EU – pro domény. EU

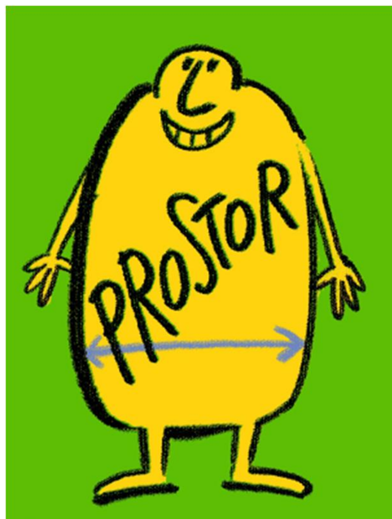
DOMAINTOOLS – všechny domény

Domaintools: univerzální nástroj, který umí vyhledat domény i podle jména majitele nebo e-mailu registrátora.

A umí toho mnohem více, klikněte na odkaz a prostudujte si sami jeho možnosti.



Hosting / webhosting



Tak. Stali jste se **majiteli vlastní domény**, kterou jste si buď koupili, nebo pořídili na základě mé informace na předchozí straně, jak získat doménu zadarmo. Nyní asi přemýšlíte, kde získat **kvalitní hosting** s těmi největšími možnostmi. Hosting za peníze seženete kdekoli, jde jen o výběr z nabídek, která bude vhodná pro Vás. Proto hosting za peníze nechám také na Vás.

Ale pozor, **ne každý hosting zadarmo je zadarmo**. Někde chtějí svůj kousek html kódu do stránky, jinde Vám dají na slova v textu odkazy na konkurenci, někde chtějí vložit bannery. Je to tak trochu něco za něco. Však sami vyzkoušejte. Volba je jen na Vás.

Hosting zadarmo – na českém internetu

Zde Vám nabízím hosting zadarmo. Na **českém internetu**, dle mých zkušeností, je nejvýhodnější volbou hosting na serveru **ENDORA**. Ve variantě zadarmo získáte 1GB místa a 1 GB přenos dat měsíčně.

Pokud se zaregistrujete pomocí MOJEID, stále zadarmo, získáte 2GB místa pro svůj web a data – legální a k tomu 15 GB měsíční přenos dat. Chcete-li víc, i zde si můžete zakoupit placený hosting od 18,- do 14,- korun, podle délky platby. Jediným možným omezením je vkládaná reklama. Jinak samé výhody. Mám ho osobně vyzkoušený.

Na zahraničních serverech můžete většinou získat doslova 10x více než na českých serverech.

O dalším hostingovém prostoru a jejich poskytovatelích si můžete přečíst zde. Ale ve výsledku, ať zadáte, co zadáte, stejně zvítězí ENDORA. Takže tady není co řešit. Ale pojďme se podívat na hostingy v zahraničí, neboť internet je celosvětová síť a je v podstatě jedno, kde se Vaše servery nacházejí.

Hosting zadarmo - ve světě

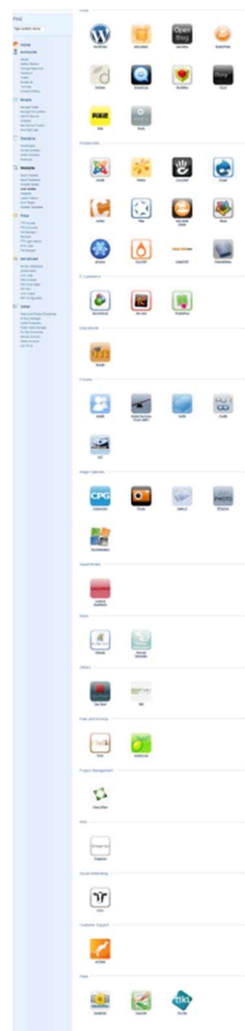
Tady už je toho na výběr více. Zde opět nabízím jen **osobně ověřené a vyzkoušené hostingy zadarmo**. Na zahraničních doménách existuje **velké množství hostingů zadarmo**. Důležité je, z pohledu českého uživatele, aby fungovala na serveru **čeština, a**

bylo možno nastavit české kódování, byť je třeba ovládací software v angličtině. To přeci ale není pro uživatele internetu problém. Pokud ano, pak zvolte hosting ENDORA.

Dobrou variantou je třeba 1freehosting nebo jeho dvojče 2freehosting.

- První nabízí **10GB místa a 100 GB měsíčně** přenos dat, podrobné detaily o hostingu zde.
- Druhý nabízí **20GB místa a 150 GB měsíčně** přenos dat a technické detaily o tomto hostingu najdete zde.

Tyto dva hostingy, které jsem vyzkoušel a už u nich zůstal, nabízí prozatím nejvíce prostoru a jednoduchou správu obsahu. Získáte tak možnost instalovat jedním klikem například Joomlu, Wordpress, fóra a další. Jak vypadá taková možnost, vidíte na obrázku vpravo. **20 nebo 10 GB získáte pro každou svou doménu**, přičemž máte centrální správu z jednoho přístupu. S jednoduchou obsluhou.



Pokud budete hledat další, dejte si pozor na FREE nebo TRY US FREE nabídky. Většinou se jedná o možnost zdarma se registrovat a případně vyzkoušet plnou verzi hostingu po určitou dobu. Mnou představené hostingy jsou ABSOLUTELY FREE. To znamená, že **vše tam je zadarmo a za nic se neplatí.** Opravdu. Ale zase můžete si připlatit, pokud potřebujete více místa či dat.

Občas se můžete dočíst, nebo slyšet, že zadarmo není kvalita, **to ale tady neplatí.** Služba je dostupná jako většina placených služeb v ČR. Kdo chce víc, může si službu zaplatit a mít i garance. Více na webech.

P. S. Nejvíce mě štve kvalita potravin téměř zadarmo!! Kdekoli!
Proč to vůbec lidi kupují, jí, když na to jídlo pak nadávají.

Když budete jíst poctivé potraviny a 100 procentní maso bez vody *(já vím, maso obsahuje vodu, ale ne přidanou, jak je zde myšleno)*, nebudete mít problémy se zdravím. Téměř. Pitomý zkoušky atomovek v minulém století. Zvrtali nám životní prostředí a teď to odnášíme.

P.P.S. Chystám také web o kvalitních potravinách, uvidíte.





Redakční systémy – CMS

Třetí krok. Máte **doménu**, pořídili jste si **hosting**, a **nyní je tu volba, jaký redakční systém** nebo blogovací službu zvolit. Protože se pohybujeme v oblasti **služeb zadarmo**, tak i **redakční systém bude bez financí** – navíc, dle mých zkušeností, je to výhoda oproti placeným a licencovaným produktům firem, které mnohdy stále nejsou kompatibilní s moderními SEO trendy.



Pokud něco po firmě, u které jste si koupili hosting, potřebujete, trvá to relativně dlouho, stojí to další peníze a někdy musíte využívat služby placených produktů těchto firem beze změny, protože úpravou by se to projevilo i na ostatních zákaznících a ti si tuto službu přeci neobjednali, nebo jim stačí, to, co mají k dispozici.



Obecně, OPEN SOURCE systémy či služby jsou masové, mají podporu velkého množství uživatelů, a tedy jsou i přizpůsobitelné Vašim potřebám. A většinou jsou zadarmo. **Je to jako když porovnáte MS Office licencovaný od Microsoftu za tisíce korun a ekvivalentem k tomu je Open Office, zadarmo, ale se stejným výsledkem a možnostmi.** Nebo Windows a Linux. Operační systémy.

Zpět k redakčním systémům. Osobně používám **Wordpress**, ale „v kurzu" je i **Joomla** nebo **Drupal**. **Co právě teď frčí** na české redakční scéně, **najdete na webu C4**. Mají to tam výborně zpracované a dají se odtam – rozuměj z webu C4 – tyto redakční systémy a další aplikace, **instalovat**.



Pokud nainstalujete téměř jakýkoli redakční systém (CMS) typu Open Source, můžete si být jisti, že máte vše pod kontrolou a pokud se vrhnete do úprav, tak jako já ve Wordpressu, můžete si změny v kódu či drobné překlady provádět sami a ihned. Žádné čekání na admina. **Vy jste admin.** Budete mít vše pod kontrolou a ve vlastní správě.

Mějte plnou správu nad svým redakčním systémem, můžete mít skvělé SEO výsledky

Pokud už musíte mít placený redakční systém, **věnujte velkou pečlivost** tomu, zda je to samostatně vyvíjený redakční systém, nebo třeba **odnož nebo mírně upravený klon nějakého CMS systému**. Měli byste mít možnost používat všechny možnosti a služby již v základní ceně. Třeba dotazníky, formuláře, statistiky. Pozor na blokové skládání redakčního systému za poplatky. To se pak prodraží.

Zjistěte si ihned, zda budete mít vše pod správou a zda můžete měnit cokoli ve zdrojovém kódu bez toho, že byste si za to museli připlácet. Nebudete-li moci takovou věc provést, zvažte přechod na OPEN SOURCE CMS. Wordpress, Joomla a jiné.

Budete-li potřebovat pomoc s kontrolou Vašeho nynějšího redakčního systému, zda toto všechno umožňuje, případně navrhnout změnu na jiný, **kontaktujte mě**. Zjistím, kdo za tím stojí, a pokusím se s výrobcem navrhnout změny, případně Vám pomohu s přechodem na jiný, vhodnější redakční systém.

Máte-li web starší šesti a více let a je napsán v PHP, může to být podobný problém. Třeba máte postavený web na zakázku, postaru, a můžete jen editovat obsah, ale nic víc. **V tom případě je čas na změnu. Je čas kontaktovat mě.**

Fórum

Budete-li chtít založit vlastní **fórum** a stát se jeho správcem, doporučuji jedno z OPEN SOURCE řešení - PhpBB

P. S.

Stáhněte si prohlížeč od Google, bude se to ještě hodit. Navíc získáte 5 GB místa pro své dokumenty… U Google Disku.

P.P.S.

O získávání místa se tu ještě dozvíte, třeba 50 GB zadarmo pro své potřeby. Jak jinak, opět to není v ČR, ale tentokrát v zámoří, a není to Amerika.





E-mail



E-mail. Bez e-mailu to dnes nejde. Elektronická pošta, bez které se ve světě internetu neobejdete. **Téměř všechny servery vyžadují e-mail**. Pro registrace, kontakty, komunikaci, prostě pro všechno, na co si jen vzpomenete. Všechny služby online potřebují e-mail.

E-mail je jako Vaše poštovní schránka u domu, kam se dostávají všechny elektronické zprávy. Ale to už asi každý zná. Možná máte Seznam e-mail, možná Google, možná jiný.

Ano, jsou to e-maily zadarmo, ale co všechno umožňují a co Vám firma nabídne, jako přidanou hodnotu? E-mail na Seznamu je e-mail pro komunikaci, dostanete se i na spolužáky a chat, lidi, videa, seznamku. Jde tedy spíše o zábavu. Někomu to stačí. Mě ne.

E-mail pro osoby a firmy zadarmo

Osvědčený a rychlý je třeba **e-mail na Google**. Abyste ho získali, je třeba se přihlásit k **profilu na Google**. Od dubna musíte odsouhlasit cookies a můžete využívat služby Google, nejen jako soukromá osoba, ale také statistiky Google Analytics pro své weby, získáte tak **přístup do Youtube, Webmaster tools, do služby s obrázky Picaso, adresáře míst a dalších více než třiceti služeb,** zejména pro lidi v oboru optimalizací, správce webů a dalších.

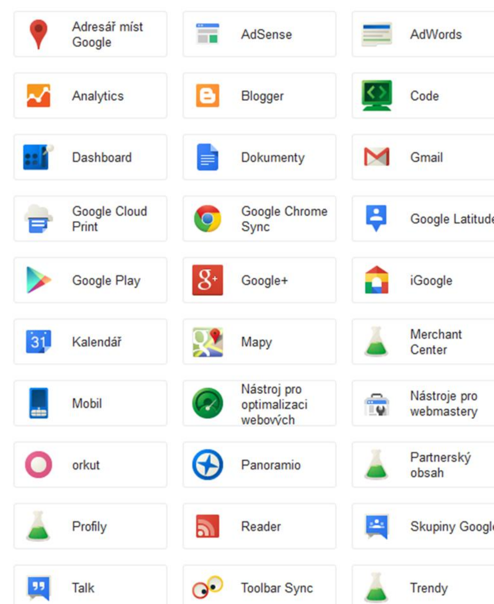
Takový drobný přehled přikládám zde v obrázku. Také sociální sítě Google jsou důležitou součástí při budování SEO a OSP pro Váš web. Je toho opravdu hodně, chcete-li vědět více, pokud nejste konkurence, napište mi.

Kolegové z oboru, i konkurence, jistě nějaký ten účet na Google má a využívá jej naplno, jde jen o to, jak.

Když máte účet na Google, získáváte mocné nástroje pro Vaše www stránky!

Navíc, sám Google radí, jak se dostat na přední stránky ve vyhledání v jeho vyhledávači. Jak získat odkazy, jak upravit web a spousty dalších možností, jak být vidět.

Základem ale je, mít kvalitní obsah, jednoduchou navigaci a mít nabídku aktuálně upravenou pro to, co zrovna lidi požadují. Co je v kurzu, co frčí.



Zde vidíte jen část služeb, které využívám osobně ke své práci a které můžete také získat, stačí se jen přihlásit do Google účtu.

Dříve šlo získat firemní e-mail zadarmo, ale již nějakou dobu je to jen placená verze za 5 USD na měsíc na osobu. Ale nezoufejte, to bych nebyl já, abych Vám nenabídnul jiné, stejně výkonné, řešení

Firemní e-mail od Microsoftu zadarmo



Firemní e-mail, který kdysi nabízel Google, nabízel i Hotmail, který však koupil Microsoft a nyní je tu OUTLOOK. Získáte tak **účet u Microsoftu** pro jeho služby zadarmo i za peníze, budete registrovaní a tedy dohledatelní, ale budete mít MS Ouotlook!! Získáte tak e-mail třeba reditel@vasedomena.cz. Doporučuju mít i e-mail zde u Outlooku.cz. Hodí se to.

Outlook.com

Firemní e-mail pro všechny zadarmo

Ale to stále není to nejlepší. Máte doménu, hosting – a s ním třeba již firemní e-mail, ale co když chcete víc? Víc možností, víc e-mailů a přitom nebýt u Google ani u Microsoftu a mít firemní e-mail **něco@mojedomena.cz**? Nebo, být všude a mít všechno? Důvody mohou být různé. Se mnou můžete mít na internetu všechno.

Potom je tu pro Vás e-mail od ZOHO Mail. Je tam téměř to samé, jako v Google e-mailu. Máte už stažený Chrome od Google? Jeho doplňky s tímto e-mailem pracují a bude se hodit i pro to místo zadarmo, práci s www rozhraním. **Můžete mít vše zadarmo,** ale kdo chce „Enterprise“ řešení, v přepočtu za 40,- Kč/měsíčně máte profi řešení.

Pokud ještě nemáte zařízený **firemní e-mail**, doporučuji Vám jako dobrou volbu ZOHO Mail. Pro jednu firmu tak můžete získat 5různých e-mailů s koncovkou Vaší domény.

Nyní **jste** už **připraveni začít žít svůj on-line život na internetu**, vše následující už je jen ladění webu, SEO techniky, doplňky pro web nebo on-line marketing.



E-mail marketing

Ano, marketing po e-mailu, cílené rozesílání spamů… Co to plácám ☺ Samozřejmě, že spamy ne, proto se tomu říká e-mail marketing - cílené rozesílání obchodních sdělení, a to jen těm, od nichž máte povolení.

A opět jako již dříve, můžete znát spoustu různých programů, většinou placených. A tady vězte, že i ty zadarmo je možné povýšit na větší výkon zaplacením určité sumy. Kolik? Většinou v řádu desítek korun až stokorun měsíčně. Ale ty možnosti.

Ale zde je e-mail marketing zadarmo. *Už máte stažený ten Chrome?*

Deset programů pro e-mail marketing zadarmo

Zde tedy máte **deset programů pro e-mail marketing**, které můžete používat v určitém množství kontaktů zadarmo. Víc získáte za příplatek. Začneme tím, který je, dle mě nejvýkonnější a velice robustní. MailChimp.

Někdo by řekl, že jdu s tankem na komára. Ale ono to funguje. Potvrdit to mohou lidé z oboru, kteří jej také používají. Třeba to jste zrovna Vy.

U všech programů je nutná registrace a kontaktní e-mail, jinak nebude nic…

1. **Mailchimp** – do 2000 kontaktů zadarmo, 12.000 e-mailů měsíčně, dále od 10 USD neomezené e-maily/500 uživatelů. **Lze integrovat do Google Apps pro firmy**.

2. **Imnicamail** – do 1000 kontaktů zadarmo, 6000 e-mailů měsíčně, dále od 3 USD neomezené e-maily/1000 uživatelů

3. **Express Pigeon** – do 500 kontaktů zadarmo, neomezeně e-mailů měsíčně, dále od 9 USD přes 500 kontaktů, neomezeně e-mailů

4. **Emails @ngel** – do 1000 kontaktů zadarmo, 1000 e-mailů měsíčně, dále od 25 USD měsíčně do 2500 kontaktů, neomezeně e-mailů. **Doporučuje Google**. *Pokud se přihlásíte **přes Google apps**, které dříve byly zadarmo, máte 2000 e-mailů k dispozici.* Jinak 40 USD/rok. Nebo 5 USD/osoba/měsíc. Věděli jste to?

5. **Clever Elements** - do 1000 kontaktů zadarmo, 4000 e-mailů měsíčně, dále od 10 USD měsíčně do 2500 kontaktů, neomezeně e-mailů

6. **Simply Cast** – e-mail marketing od Google – 2000 kontaktů zadarmo, 2000 e-mailů měsíčně, tiskové zprávy, Facebook a Twitter marketing, sledování odkazů a další a další možnosti, které můžete využít pro své podnikání. Stačí běžný účet Google.

7. **ZOHO Campaigns** – do 500 kontaktů a 2500 e-mailů měsíčně zadarmo, dále od 5 USD za měsíc. Lze integrovat do Google Apps pro firmy.

8. **Mail It** - do 250 kontaktů a 1000 e-mailů měsíčně zadarmo, dále placená verze

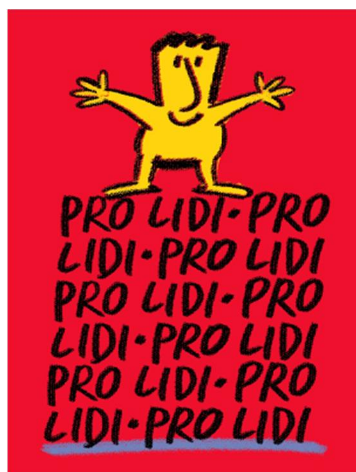
9. **Mailrail.net** – do 100 kontaktů zadarmo, od 101 kontaktů 7.95 USD a dále stále placení.

10. Můžete použít i Outlook od Microsoftu. Také má tuto funkci vestavěnou. Pro základní rozesílku by měl stačit.





SEO/ SEO copywriting/ OSP



SEO dělá každý, ale OSP dělám já, a možná pár dalších jedinců z oboru. SEO se za posledních pár let „profláklo“ a každý „začátečník“, který umí udělat PPC kampaně na Seznamu nebo Google si myslí, že dělá SEO. To ale není o PPC kampaních. Tady je velké množství detailů a faktorů, řádově kolem stovky, které je třeba dodržet a poctivě s nimi pracovat. Vyplatí se to. **Je třeba s vyhledávači spolupracovat** a ne se snažit chod věcí urychlovat podvody. **Ty se naopak nevyplatí.**

Zjednodušené schéma budování poctivého SEO Vám napoví.

Třeba dříve, a některé firmy to dělají ještě nyní, se optimalizoval text tak, že se vzalo slovo nebo sousloví, vložilo se několikrát do obsahu textu a to se obalilo často nesmyslnou změtí informací, které nic neřekly, ale byl najednou obsah. Množství textu. Kvalitnímu obsahu se dnes věnuje copywriting.

Copywriting

Poutavé texty, které zaujmou zákazníka. Nejedná se už o přeseované texty pro roboty, často s nesouvisející informací okolo – textovou omáčkou. Jde se přímo za cílem. Co lidi hledají? Máte jim co nabídnout? Co sdělit? Bude zákazník zářit štěstím a nadšením, že objevil zrovna tu Vaši stránku na internetu? Nebo se už nevrátí a Vaše ROI bude záporná?



SEO zadarmo?

Tady záleží na tom, jestli si budete SEO dělat sami, nebo si najmete odborníka. Mé doporučení? SEO svěřte odborníkům a starejte se o svůj obchod. Každý by měl dělat to, co umí nejlépe. Chcete i přes to všechno zkusit dělat SEO dělat sami? Jak tedy na SEO? Pokud se rozhodnete vytvořit web, e-shop nebo třeba informační stránky, než se vrhnete sami do tvorby, konzultujte s odborníky. Opravdovými odborníky, kteří dodržují pravidla. Vyhnete se tak rekonstrukcím webu a nastavování stránek podruhé, potřetí, počtvrté. I takové znám.





Formuláře

Každý potřebuje formuláře! Proč? Protože lidi, jako uživatelé internetu, jsou buď líní, moc rychlí, nebo mají málo času a tedy je pro ně jednodušší vyplnit formulář na stránkách. Vy tak získáte kontakt, informaci nebo odpověď. Taky jim tak ulehčíte přemýšlení o tom, co by zrovna měli psát.

Vždyť jsou právě na Vašich stránkách a tedy je potřeba je tam udržet a získat kontakt. Je to přeci potencionální zákazník. Ovlivňujte návštěvníka stránek, aby udělal to, co chcete. Napsal kontakt, zavolá, objednal zboží nebo službu. To je cílem poutavých textů.

Formuláře zadarmo



Na českém internetu služba s takovými možnostmi, kterou Vám představím, zadarmo neexistuje. Lze najít jednu či dvě, ale neumožňují odesílat e-mailové notifikace. Zadarmo ne, jen za peníze. Ale pokud jste našli něco, co já ne, prosím o informaci, bude ve verzi 2 dalšího ebooku.

Služba pro Vás se jmenuje JotForm a do 100 odeslaných e-mailů je zadarmo. Sdílením na sociálních sítích a dalšími kroky se dá kapacita zadarmo navýšit na 290 odeslaných e-mailů měsíčně zadarmo. A to už je skvělé, ne? Další platbou ve výši 9.95 USD se dostanete na 1000 odeslaných e-mailů. Platí se měsíčně. Přesvědčte se sami.

Využijete-li tuto mou informaci pro své formuláře, napište mi, nebo vyplňte formulář na mých stránkách – ti, co nemají čas nebo jsou moc rychlí.

Statistiky

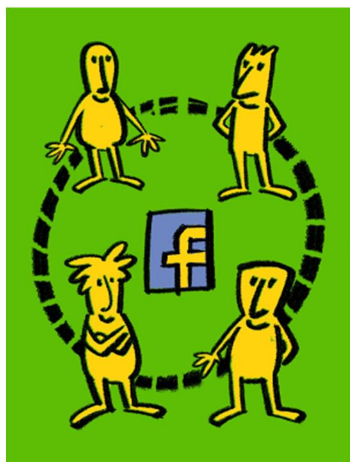


Psát tu ve zkratce budu jen o těch statistikách, které si můžete dát na web, a mají alespoň nějakou vypovídací hodnotu. Jsou tedy dostatečně kvalitní a používané nejen mnou, ale velkou skupinou lidí po celém světě.

Zde máte na výběr dvě možnosti. **Google analytics** nebo **PIWIK**. Ověřené funkční a solidně zpracované. Jsou i další statistiky, jako třeba Netmonitor, Toplist nebo Navrcholu. Můžete je samozřejmě také používat. Ale Google analytics vede.



Sociální sítě – pro podnikání



Mezi **možnosti, jak být vidět** a být k nalezení, patří samozřejmě i **šíření informací o Vaší firmě**, službě nebo produktu **po sociálních sítích**. Publikujte informace o Vaší firmě, Vašich produktech. Kdo to nedělá, není vidět. A není to jen Facebook, Twitter a Google+ nebo Spolužáci či Lidé.

Sociálních sítí je velké množství a jsou různé druhy. Sociální sítě pro mladé, sociální sítě pro profesionály z různých oborů, sociální sítě pro všechny. Sociální sítě na českém internetu a zahraniční sociální sítě.

Všude, kde zanecháte **virtuální otisk** – Váš kontakt, komentář, odkaz nebo rozhovor, s uvedením Vaší www adresy, **získáváte odkaz na Váš web, tedy zpětný odkaz** a tím tedy malé plus pro vyhledávače. Můžeme sem zařadit i blogy různých specializovaných serverů. Blogujte – k věci, pište, odkazujte. A nebojte se přispívat do různých konferencí po celém světě.

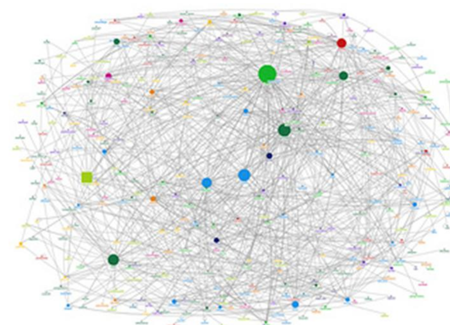




Zde uvádím **mnou užívané a poznané sociální sítě**, *jako inspiraci pro Vás*, které jsou vhodné pro získávání kontaktů a komunikaci mezi obchodníky, profesionály z různých oborů nebo jen stojí za to se na ně podívat. Možná znáte další. Napište mi o nich.

Osobně jsem našel přibližně **338 sociálních sítí**, a to díky různým firmám z oboru výpočetní techniky, které podnikají po celém světě. Určit jich brzy bude ještě více.

Podívejte se na stránku **GENIUS** a vpravo najdete „sociální tlačítko s odkazy“ AddThis. Nebo se rovnou přihlaste na stránky **AddThis**, zaregistrujte se zadarmo a získejte toto „sociální tlačítko“ pro služby na internetu do svých stránek.


Jak to asi vypadá v sociální síti

Pokud jste na opačném konci webu, tedy Vy jste uživatelem záložek a chcete si přidávat zajímavé stránky do svých sužeb

při prohlížení internetu, nainstalujte si toto rozšíření či doplňky pro svůj prohlížeč. ***Dole na stránce AddThis najdete přímé odkazy***, jak na to.

Sociální sítě vhodné pro propagaci firmy nebo produktu.

Sociální sítě, blogy a služby, kde je dobré, dle mých zkušeností být pro podnikání zaregistrován, a které přináší nějaký „backlink“ zisk, a tedy jsou i aktuálně používané, najdete zde. Nejsou samozřejmě všechny, ale jen ty opravdu nej. Ale i ty ostatní mají své výhody.

Jak říkám, každý si najde svou **sociální síť**, **záložkovací službu** nebo **blog** či **fórum**. Třeba do docela nové sociální sítě pro podnikatele – **ČESBYZ**, jsem se přihlásil minulý rok. Sdružuje podnikatele a úspěšně se rozvíjí. Chcete-li najít majitele firem, kteří už jsou registrovaní, přidejte se. 14 je plná verze zadarmo, měsíc zadarmo získáte s mým akčním kódem: ***IHy313b12***, který vložte v posledním řádku registrace.



P. S. Je těžké být všude a ještě stíhat přispívat, vybírejte podle uvážení. Je to jen na Vás.



Jak fungují sociální média? Na obrázku si můžete udělat přehled o tom, co vše spadá to této kategorie. Chcete-li vědět více, čtěte, [v angličtině, zde.]



Méně známé sociální sítě

Ale že jich je, že jo? Skoukněte obrázek zde na stránce a určitě najdete, co neznáte. A kde hledat více. Podívejte se na stránku **AddThis**. Klikněte vpravo dole na Share a můžete si prohlížet všemožné sociální sítě a služby z celého světa.

Jenže, jak vybrat tu správnou sociální síť, když je jich tolik? Kdo to má všechno spravovat? Den má málo hodin na obstarání zápisů na všechny sociální sítě. Zde to záleží jen a jen na Vás, kam všude se registrujete a za jakým účelem.

Vždy platí, všeho s mírou a s rozumem. Nezveřejňujte příliš osobní informace a soukromé fotky.



Marketing/Internetový marketing



Možnosti internetové propagace firmy a firemního webu

Zde uvádím možnosti propagace v pořadí, jak byste mohli začít propagovat svou práci, web, služby nebo firmu pomocí internetu. Za prvé, vše to jde placeně a někdo tu práci udělá za Vás. Za druhé, musíte se snažit sami.

Když se snažíte dostatečně dlouho, v jakémkoli oboru, porozumíte své práci a stane se odborník třeba i z Vás. Ale to časem z každého, kdo se věnuje své práci s nasazením a zaobírá se určitou myšlenkou, jak zlepšit výsledek své práce. Zkušenostmi získáte znalosti. Když máte znalosti, víte, kde je dobré inzerovat, například pokud jste reklamním agentem.

1. Internetové katalogy
2. Internetové vyhledávače
3. Spřátelené www stránky
4. Odborné portály, odborné diskuse na Internetu
5. Bannerová reklama
6. Microsite, mikroweby
7. E-mail marketing
8. Affiliate programy
9. Advergaming – reklama pomocí her na mobil, tablet, PC
10. Virální marketing
11. QR kódy pro mobilní zařízení

1.Internetové katalogy

Po vytvoření stránek a jejich spuštění je třeba dát vědět lidem, skrze katalogy i vyhledávače, že existují. Prvním krokem by tedy mělo být zaregistrování Vašich stránek do katalogů. Českých, Slovenských i těch zahraničních. Každý začne s registracemi zadarmo, ale hned po první registraci, každého napadne Seznam jako první registrace, Vám zavolá jejich obchodník a nabídne placený zápis na katalog Firmy.

Protože začínáte, nepřijímejte ihned první placenou nabídku, ať je odkudkoli a pokračujte v registracích. Zapisujte si, odkud Vám volají, ale nic nikde neplaťte. Bude třeba přemýšlet a rozmýšlet, kam bude vhodné dát placený zápis. Ono se mu totiž nevyhnete. Ale pokud chcete poradit, ozvěte se mi. Nebo vše můžeme řešit spolu od začátku.

2. Internetové vyhledávače

Aby Vás vyhledávače našly, musíte být nejdřív zaregistrovaní někde v katalogu. A i ak je dobré dávat vyhledávačům – Seznam, Google, Najisto, BING, Yahoo a dalším vědět, o všech Vašich stránkách pomocí souboru sitemap.xml. Proto je dobré pracovat s Google Webmaster Tools nebo Bing Webmaster Tools. A jasně, taky analytika od Google. GA.

3. Spřátelené www stránky

Provedli jste registraci v katalogu, dostali Vaše stránky do vyhledávačů, měsíc je za Vámi a mezitím jste mohli shánět zpětné odkazy ze spřátelených stránek. Odkaz výměnou za odkaz. Bezplatně. Nejlépe z toho samého oboru nebo z webů s dobrým **PR a SR.**

4. Odborné portály

Můžete začít posílat informace nebo dotazy z Vašeho oboru na specializované fóra, například fórum o autech Ford nebo Škoda, můžete si najít třeba servery o solárních elektrárnách a přispívat do diskuze, pokud jste majitelem FVE.

Případně diskusní skupiny vysokoškoláků nebo třeba sociální síť pro podnikatele ČESBYZ. Jste podnikatel? Budete podnikat? Pak byste tam měli být registrovaní. Prodáváte iPhone? Pak byste měli být tady.

5. Bannerová reklama

Můžete si vytvořit obrázkovou reklamu, statický nebo animovaný banner a poslat ho kamarádům na web. Pokud máte Google účet a chcete začít s pacenou reklamou PPC Google Adwords, můžete si vytvořit bannerovou reklamu přes Google.

Jak to vypadá, když chce nějaký server vyměnit bannery a nabízí 1/1 výměnu bannerů , si můžete prohlédnout zde na webu s online hrami.

6. Mikroweby, minisites

Jedná se o weby zaměřené na určitou činnost nebo službu. Například můj web seoseo.cz je miniweb s cílením na SEO metody. Může to však být i jen jedna dlouhá stránka

s **produktovou nabídkou** určitého výrobku. Může to být také kompletní web jedné firmy, který působí jako samostatný web.

Měl by však být zpracován jako normální web. Když si vytvoříte stránku a dále se o ni nebudete starat, tedy registrovat, upravovat a udržovat, je to, jako byste nic neudělali. Prostě **miniweby musí být zpracované jako poctivé weby**. Jiné osobně ani nedělám.

7. E-mail marketing

Cílené rozesílání obchodních sdělení. Psal jsem o něm již dříve. Klikněte a čtěte znovu.

8. Affiliate programy

Jde o marketingový nástroj internetových firem,kdy na své stránce třeba nabízíte zboží určité firmy a v případě, že kliknutí povede k nákupu zboží, získáte provizi v určité výši.

Zde je definice z Wikipedie: „**Affiliate marketing** (také nazýván **partnerský marketing** nebo **provizní systém**) je marketingový nástroj internetových firem, který funguje na provázanosti stránek prodejce služeb nebo produktů se stránkami, které službu či výrobek doporučují. Jde o systém založený na propagaci produktu firmy prostřednictvím stránek affiliate partnerů, kteří za to dostávají nějaký podíl (provizi) z prodeje."

V praxi můžete shlédnout bannerový affiliate marketing na mých stránkách o reklamě na internetu. Hledejte banner AAA poptávka, dole na stránce.

9. Advergaming

Detailní definici najdete na Wikipedii. Zjednodušeně jsou to malé a jednoduché zábavné hry, co Vás doslova „chytí" a jsou prošpikované marketingovými informacemi o firmě. Oprázky, oblečení, boty, podlahy, ploty, cokoli, co se dá propagovat.

Dobře postavené hry využívají virálního marketingu. Jste programátor? Pak můžete nějakou hru vyrobit.

10. Virální marketing

Jde o šíření komerčního sdělení pomocí sociálních sítí. Část definice Wikipedie „*Principy virálního marketingu umožňují oslovit velké množství potenciálních spotřebitelů za relativně nízkých mediálních nákladů*", tato věta to vystihuje úplně přesně.

Poslali jste někdy někomu odkaz na nějakou hru na Facebooku, třeba FarmVille? Pak jste šiřitel virální reklamy a výrobce je zase o kousek šťastnější.

Dost virálních aplikací vymýšlejí pivovary. Otestujte pivo, napište, pošlete dále. To je ono. Třeba Pardálův srovnávač ze dne 22.4.2013 na Facebooku.

11.QR kódy

QR kódy už jste určitě viděli. Pokud ne, navštivte českou Wikipedii, kde se dozvíte více informací. Jde o zvláštní druh čárového kódu tvořený čtverečky bílé a černé barvy.



Designéři se už ale i zde vyřádili a lze nalézt různé barevné kombinace, včetně obrázků uvnitř kódu. Určité informace najdete na mé QR stránce.

Nejprve si vytvořte QR kód – vizitku a můžete tak dát Vašim návštěvníkům stránek vizitku do mobilu doslova na klik. Má vizitka je zde. Zkuste naskenovat i tu vlevo, funguje to.





Možná jste si všimli tohoto otazníku. Co že to vlastně je? Tento otazník najdete na mém firemním webu www.reklamniagent.cz v horní liště vpravo. Klikněte a uvidíte sami. Pak mi napište, zda Vám tento „klik“ něco přinesl.



Efektivní internetová reklama

Je to taková reklama, která Vám přivede zákazníka na Vaše stránky. A úplně nejlepší je, když se zákazník stane klientem, který nakoupí inzerované zboží nebo služby.

Způsobů, jak zákazníka přilákat - přivést na své stránky – je velké množství. Nejjistější je, když zákazník Vaši službu nebo zboží zrovna sám hledá a po zadání klíčového slova najde na předních pozicích ve fultextu, klikne na odkaz, uvidí, to co chce, objedná.

To je **inbound marketing**, to je optimalizace pro lidi. OSP. Taky je potřeba copywriting. To pro kvalitní odkaz, který zákazník uvidí. Kvalitní odkazy je už možno sem tam spatřit.

Vy i zákazník jste spokojení. **Účel** efektivní **reklamy** na internetu **byl splněn**.

PPC systémy – reklama placená za klik

Existuje i druhá cesta a tři pozice před fulltextem. PPC odkazy na Seznamu i na Google. Jasně, jsou i jinde. Než začnou vyhledávače indexovat Váš nový web, můžete použít PPC reklamu, která vykryje Váš úspěšný start se mnou ve fulltextu.

- SKLIK
- Google Adwords
- Etarget
- bbKontext
- Adcontext

Dobré porovnání jednotlivých PPC systémů najdete na Lupa.cz

Potřebujete radu, jak na to? Chtěli byste provést celou cestou od výběru domény, tvorby webu, přípravy e-shopu či nastavení e-mailů? Ozvěte si mi, napište e-mail.

Jak říkal Švejk. (mírně upraveno) „Jsme přece lidi, my už se nějak domluvíme.“



Neefektivní internetová reklama

To je přeci taková reklama, která Vám nic nepřinese. Ani klienta, ani kliky, ani lepší pozice ve fulltextu. Ale zase na druhou stranu může přinést Vaše finance tomu, u koho si takovou reklamu zaplatíte, aniž o tom víte.

Ale jak to zjistíte? Jedině analýzou statistik, sledováním pozic a třeba i auditem Vašich reklam. Máte už nějakou reklamu? Nejste si jistí, zda je efektivní? Máte statistiky?

Netušíte, zda ten či onen server je vhodný zrovna pro Vás, nebo slibuje, co nemůže splnit? Můžete se obrátit na mě a provedu analýzu, vyhodnotím případně statistiky, pomohu s úpravou či přesunem na jiné servery, které budou mít přínos pro Vaše podnikání, a *z neefektivní reklamy se stane* **reklama efektivní.**

Jaké typy reklamy mohou být neefektivní

Třeba PPC reklama, která je **špatně nastavená**. Bannerová reklama na serveru, který nesouvisí s Vaší činností. Přednostní zápis v katalogu, kam nikdo nechodí. Dalších variant neefektivních reklam by se jistě našlo ještě dost.

Proto má rada pro Vás zní. **Poraďte se s lidmi, kteří se ve světě internetu pohybují dostatečně dlouho, aby mohli posoudit, zda zrovna Vámi vybraná reklama bude efektivní, nebo Vám ji pomohou efektivní udělat**. Třeba bude stačit upravit texty – copywriting.

Neefektivní, nefunkční, špatně zacílená, neměřitelná, drahá, prostě reklama „mimo mísu“. Taková je reklama a propagace, která nic nepřináší. Za určitých podmínek sem můžeme zařadit i prospekty, letáky či slevy.



Podvody na internetu

Existují samozřejmě i podvodné stránky, které třeba jen napodobují jiný typ známých stránek, existují nepoctivé e-shopy a existují stránky, které nabízejí „přírodní produkty“ na cokoli. Třeba stránky na zázračné pilulky na hubnutí, kde končí akční nabídka zrovna ten den, co si je prohlížíte a komentáře dole pod stránkou jsou také součástí této nekalé obchodní nabídky. Zde http://www.newsportion.com/cz1/ malinové ketony.

Porovnejte s touto nabídkou http://egclp.medicalnewsreporter.com/ výtažky ze zrn zelené kávy.

Jak se používají takové obrázky, shlédněte na Google zde. Co tedy dělat? Kupit ketony, zelenou kávu nebo cvičit zumbu? Ta paní na obrázku viditelně dělá všechno ☺

Hlavní menu nefunguje a kontakt tam nenajdete. Jen ta stránka s objednáním funguje. Podepsaná odbornice neexistuje a fotky najdete i na jiných produktech s jinými názvy. Že by ti lidé používali několik speciálních hubnoucích produktů naráz?

Můžete narazit na e-shopy, které nabízejí skvělé věci za neuvěřitelné ceny, ale nakonec Vás jen oberou a nic nedostanete. V televizi je pořád k vidění nějaká reportáž o různých podvodných praktikách provozovatelů internetových obchodů. Je třeba prověřovat a nebo kupovta tam, kde máte záruky za firmy, které zboží nabízí, nebo kupovat v ověřených nebo značkových e-shopech. Co třeba přímo u Microsoftu? Nebo SKYPE shopu?

To se ale musíte koukat sem tam po zahraničních nabídkách, protože na českém internetu je stále spousta podvodníků, kterým vůbec nejde o spokojeného klienta. Jen Vás obrat!

Existuje webová stránka, která se specializuje na informace o podvodech na internetu. Pak je ti další stránka pro podnikatele, kde je důležitá informace v pátém bodě.

Řekněte si o radu, zeptejte se odborníka, zda ta či ona nabídka je pro Vás ta správná, nepodepisujte ani neplaťte zaslané faktury ani výzvy bez zjištění, o co jde a hlavně, **placená registrace do vyhledávačů**

5 pravidel, které vás ochrání před podvodníky

1. Neobjednávejte telefonem
2. Zkontrolujte pověst nabízejícího
3. Myslete dopředu
4. Porovnejte více nabídek
5. Řekněte si o radu

neexistuje. To kdyby Vám někdo zavolal po telefonu a měl skvělou nabídku.

Existuje pár, možná několik desítek internetových katalogů, kam stojí za to být registrován, třeba i placeně, ale existuje dalších tisíce katalogů, které Vám nic nepřinesou. Žádnou odezvu, žádný indexovaný zpětný odkaz, jen vyhodíte několik set až tisíc korun za nic. Znám takové katalogy.

Sami si je můžete najít, existují seznamy takových katalogů. Třeba se jmény žen či mužů, například *katalog-tomik.cz* nebo *katalog-tonda.cz, pyk.cz nebo syk.cz*, které donedávna byl v nabídce jistých firem pro registrace do skupiny katalogů pro Vaše zpětné odkazy.

Naštěstí už nefungují a byly vytvořeny jen za cílem získat z lidí peníze za registraci do velkého množství katalogů.

Funkční a určitý význam mají například katalogy: xex, caramba, 3klik, alfa-elchron a pár dalších, o které jejich majitelé pečují a **odkazy z nich jsou indexovatelné a prokazatelně se dají** najít jak v Google, tak v Seznamu**. Mají SEO význam.**

Jak již bylo řečeno. Nevěřte všemu na první pohled, nevěřte zázrakům v tabletkách a nevěřte na tisíce katalogů a registrace do vyhledávačů. **Věřte lidem, kteří mají zkušenosti, věřte tomu, co vidíte na vlastní oči a věřte tomu, co si můžete ověřit, nejen na internetu.**

Nekupujte předražené pánvičky a kávovary za 7 a více tisíc korun, hrnce za několik desítek tisíc korun a… To jsem trochu odbočil, ale řekněte, nemám snad pravdu?

Prostě na internetu si vše ověřujte a nejste-li si jistí, zeptejte se třeba mě, poradím Vám. Za 10 let působení na internetu mám určité zkušenosti a vím, co a kde je vhodné pro který typ podnikání, firmy nebo co která služba přinese.

Myslím teď zrovna, třeba registrace, placené odkazy, odkazy zadarmo, výměna odkazů, a mnohé další nabídky, ze kterých Vám může jít hlava kolem. Nejsou všechny super katalogy či registrace v nich výhodné pro Vás, jako firmu, která se tam chce prezentovat. Pro uživatele možná ano.

Ale na které straně nyní jste vy? Uživatel služby nebo poskytovatel - prodejce?

Na služby, které nezvládám vlastními silami, Vám doporučím jiné odborníky, třeba **na ilustrace pana Lukáše Fibricha,** který pracuje rychle a nápaditě. Potřebujete nafotit

profesionálně produkty? Chcete letecké snímky budov? Areálů? Mám další kontakty. Jen se zeptat.

50 + 50 GIGA místa pro Vás

Potřebujte šifrované místo na internetu pro svá data? Pak pro Vás mám 50 GIGA na serveru **MEGA** úplně zadarmo. Přihlaste se a užívejte si prostoru. Na Novém Zélandu.

A kdo, že za tím stojí? Přece **tito lidé.** A už máte stažený? chrome

Pomocí něj se totiž webové rozhraní nejsnáze ovládá a doporučuje jej i provozovatel MEGA serveru. Plus 20 GB pro Váš web **a máte 70 GB místa zadarmo**. Zkuste něco podobného najít na českém internetu.

Můžete mít také 50 GB na dalším serveru **ADRIVE**, ale nejsou to šifrovaná data. Ty jsou až v tarifu Osobní Premium za cca 7 USD měsíčně.

Seznamte se s **P-I-R-@-T ™** em. Seznamte se se mnou.

Váš **P-I-R-@-T ™, Ilja Hynek**

První internetový reklamní @gent ™

Člen Asociace SEO profesionálů

Člen profesního centra brněnských novinářů PRESS CENTRUM BRNO s číslem **007**

Přispívám na blog **iDNES.cz**









PressCentrum Brno